



Antwort zur Anfrage Nr. 0808/2014 der ödp-Stadtratsfraktion betreffend **Werbekonzert für Mainzer Wochenmarkt (ödp)**

Die Anfrage wird wie folgt beantwortet:

**1. Wurde die Werbekampagne im Wirtschaftsdezernat entwickelt oder von einer Werbeagentur (wenn ja, von welcher und zu welchem Preis?) im Auftrag der Verwaltung erarbeitet?**

Das neue Wochenmarktlogo wurde von der Firma Schelenz Design entwickelt. Die konkrete Verwendung des Logos wurde konzeptionell durch die Verwaltung festgelegt.

Der Aufwand für die allgemeine Logoentwicklung und die Abtretung der Nutzungsrechte belief sich auf 980,- € netto.

**2. Wie waren die Markthändler in die Erstellung des neuen Werbekonzeptes eingebunden?**

Verschiedene, durch die o.g. Firma erstellte Entwürfe des neuen Logos wurden den nach der Marktsatzung gewählten Sprechern der Marktbesucher sowie den Mitgliedern des Mainzer Marktvereins e.V. in dessen Jahreshauptversammlung vorgestellt. Alle Beteiligten benannten den gewählten Entwurf als Favoriten.

**3.1 Wie hoch sind die Kosten für die neue Werbekampagne?**

Bisher sind über die in der Beantwortung zu Frage 1 genannten Summe 505,80 € netto für die Erstellung von sechs Bannerfahnen, die das Logo zeigen, sowie 221,60 € netto für mit dem Logo bedruckte Ostereier angefallen.

Darüber hinaus fielen Kosten für Design und Nutzung der Druckvorlagen für T-Shirts, Schürzen und Buttons i.H.v. 470,- € netto an.

Der Aufwand für einzelne Werbematerialien ist durch den jeweiligen Nutzer zu tragen.

**3.2 Aus welchen Mitteln wird die Werbekampagne finanziert?**

Der Aufwand für die geschilderten Maßnahmen wurde aus Mitteln des Teilhaushaltes des Amtes für Wirtschaft und Liegenschaften getragen.

**4.1 Welche Kontingente der oben aufgeführten Elemente der Werbekampagne (Schürzen; T-Shirts und Taschen) mussten die einzelnen Markthändler abnehmen?**

Es gab keine Pflichtkontingente o.ä.

**4.2 Wie waren die Preise für die einzelnen Elemente, die von den Markthändlern für die evtl. „Pflichtkontingente“ bezahlt werden mussten?**

Entfällt, s.o.

**4.3 Wonach wurden die „Pflichtkontingente“ bemessen?**

Entfällt, s.o.

**5. Ist von der Marktverwaltung geplant, die Werbekampagne auch auf die in den Stadtteilen stattfindenden Wochenmärkte auszuweiten?**

Auch die Nebenmärkte sind gleichberechtigte Teilnehmer im Marktgeschehen der Stadt Mainz. Das neue Logo kann somit von den Beschickern aller Mainzer Märkte verwendet werden.

**6. Sieht die Verwaltung / das Wirtschaftsdezernat Möglichkeiten, mit der Kampagne gleichzeitig auch eine sukzessive Abschaffung der Plastiktüten einzuläuten (z.B. Verwendungsverbot mit Übergangsfrist)?**

Es existieren derzeit keine Überlegungen in dieser Hinsicht.

Mainz, 05.05.2014

gez.  
Christopher Sitte  
Beigeordneter

